



DERECHO COMERCIAL Y MERCANTIL

El Contrato de distribución y exclusividad territorial

Por lo general un fabricante debe recurrir a un intermediario, un distribuidor por ejemplo, para comercializar su producto. Al negociar ese contrato, las partes deben considerar la conveniencia y necesidad de otorgar exclusividad. Una cláusula de exclusividad implica limitaciones territoriales y temporales a la exclusividad otorgada. De lo contrario, la cláusula no tendría sentido (a menos que las partes convinieran una exclusividad a nivel mundial-¿una situación realmente poco probable!)

El fabricante asume un riesgo toda vez que le otorga a otra persona los derechos exclusivos para comercializar su producto en un territorio determinado y por un plazo determinado. Efectivamente, en ese caso su negocio pasa a depender del distribuidor en relación al éxito del producto (es decir, volumen de ventas). Asimismo, inclusive en el caso que el rendimiento del distribuidor no fuera satisfactorio, el fabricante por norma general no podría retirar los derechos exclusivos de la otra parte.

Cuando un producto todavía debe hacerse conocido en el mercado, el distribuidor tiene que invertir una importante cantidad de tiempo y recursos financieros para desarrollar la reputación del producto y el posicionamiento de la marca. Por consiguiente, los derechos de exclusividad son un estímulo importante para el distribuidor que debe comercializar un producto que no le pertenece y que tiene poca notoriedad todavía. De hecho, cualquier producto requiere de un tiempo desde que se presenta en el mercado y alcanza éxito comercial. Los esfuerzos de comercialización que se cumplen antes de que el producto se hace redituable constituyen una inversión de importancia. En consecuencia, el distribuidor que invierte sus recursos en esa empresa desea asegurarse que participará de los beneficios futuros. Sin la garantía de derechos de exclusividad sobre un territorio determinado, los riesgos relacionados con la comercialización de un producto se pueden convertir en demasiado importantes para que un distribuidor invierta en esa empresa.

Cuando un fabricante analiza otorgar derechos de exclusividad sobre un área determinada, debe saber que existen varias herramientas contractuales diferentes a su disposición para establecer, con el distribuidor, una relación justa redituable para ambos. Al elaborar esos contratos, se hace importante evaluar dos aspectos: el rendimiento del territorio y las excepciones a los derechos de exclusividad.

Rendimiento

En un contrato de distribución, el rendimiento se debe considerar como la condición a cambio de la cual se otorgan derechos de exclusividad. En la práctica, esto significa que el distribuidor solamente seguirá conservando derechos de exclusividad sobre el territorio otorgado siempre y cuando continúe cumpliendo o superando los objetivos de rendimiento establecidos en el contrato. En consecuencia las partes deberían negociar objetivos razonables. Dado que cuando no se cumplen los objetivos, suponiendo falta de culpa por parte del fabricante, el contrato puede disponer los mecanismos siguientes:

1. La posibilidad de reducir el territorio otorgado en exclusividad; o
2. La posibilidad de retirar los derechos de exclusividad antes de la finalización del contrato mientras que se conservan los derechos de distribución (que se convertirían en exclusivos); o
3. La posibilidad de cancelar el contrato antes de su plazo, con o sin pago de indemnización al distribuidor por la pérdida del valor llave.

Excepción de exclusividad

Es posible que las partes dispongan determinadas circunstancias en las que la venta del producto escaparía a la exclusividad otorgada al distribuidor. Durante la negociación del contrato de distribución las partes deben ser capaces de identificar las situaciones problemáticas que podrían surgir por ejemplo, el fabricante y el distribuidor deberían considerar las situaciones siguientes:

1. La posibilidad de que un cliente hiciera negocio dentro de distintos territorios pero que centralizará sus compras dentro de una región única (que podría ser dentro del territorio exclusivo o no);
2. Ventas por Internet, que por definición desconocen aspectos territoriales;
3. La posibilidad de que un cliente prefiera operar directamente con el fabricante en lugar de un intermediario;

En esos casos, así como en situaciones similares, se debe dar respuesta a situaciones potencialmente conflictivas antes de la finalización del contrato de exclusividad. A los efectos de evitar futuros conflictos, las partes deben definir desde el comienzo de su relación si estas situaciones problemáticas constituirán excepciones contractuales a los derechos exclusivos a otorgar.

Conclusión

En conclusión, el contrato de distribución debe ser justo para ambas partes a los efectos de que cada una se beneficie. En términos prácticos (no legales), el contrato de distribución supone una sociedad colectiva. Las negociaciones deben realizarse con este punto en vista. Asimismo, antes de celebrar un contrato vinculante, es igualmente importante considerar las dificultades que podrían surgir durante el contrato o a su finalización. De lo contrario, la relación entre el fabricante y el distribuidor podría ser corta y tambaleante.

Última actualización: Febrero de 2011

La **Crónica Jurídica** es una atención del **Dr. Alain P. Lecours**. La traducción al español la realizó **Dr. Alejandra Hozikian** abogada y traductora pública de inglés miembro del Colegio de Abogados de la Ciudad de Buenos Aires; y del Colegio de Traductores Públicos de la Ciudad de Buenos Aires, Argentina. La Crónica Jurídica es distribuida gratuitamente, vía correo electrónico, a los clientes y socios de negocio del estudio Lecours, Hébert Abogados inc. El presente documento tiene por finalidad informar y puede no reflejar las más recientes modificaciones jurídicas. Los clientes y lectores no deben actuar o abstenerse de hacerlo sobre la base de las informaciones contenidas en la presente crónica sin haber solicitado previamente el consejo jurídico de un profesional.

Dr. Alain P. Lecours
LECOURS, HÉBERT ABOGADOS INC.
354, rue Notre-Dame Ouest
Bureau 100
Montréal, QC, Canada H2Y 1T9
Téléphone : (514) 344-8784
Télécopieur: (514) 344-9790
Lecours@LecoursHebert.com

En nuestro [sitio Web](#), Ud. Encontrará una conexión a nuestra Crónica Jurídica mensual. Si Ud. tiene algún comentario con relación a los temas tratados, no dude en comunicarse con nosotros:
lecours@LecoursHebert.com
